



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

**“Efectos de un Programa de Comunicación Interna en el Clima Laboral de los
Colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
PSICOLOGÍA**

AUTORA:

Bach. Mendoza Córdova, Anais del Pilar

ASESOR:

Dr. Vela Miranda, Oscar Manuel

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento Organizacional

PIURA – PERÚ

2018

El Jurado en cargo de evaluar la tesis presentada por don (a)

Mendoza Cordova Anelis del Pilar.

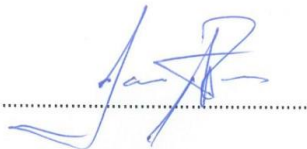
cuyo título es:

*Efectos de un programa de Comunicación Interna
en el Clima Laboral de los colaboradores de una
distribuidora comercial de Piura, 2018*

Reunido en fecha, escucho la sustentación y la resolución de preguntas por es estudiante,
otorgándole el calificativo de: *78* (número) *dieciocho* (letras).

Dr.

Trujillo (o Filial) *Piura, 24* de *Diciembre* Del 20*18*



PRESIDENTE



SECRETARIO



VOCAL



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

Con toda la humildad de mi corazón le dedico mi trabajo a Dios quien me ha demostrado siempre fortaleza para continuar.

Además le dedico esta tesis a mi familia, pilar fundamental en mi vida y profesión quienes han sabido formarme con buenos hábitos y valores que han hecho de mí una persona de bien y para ti, un abrazo fuerte hasta el cielo querido abuelo.

La autora

Agradecimiento

Gracias de corazón a mis tutores, los Doctores Oscar Vela, Martín García y el MBA. Boris Córdova. Gracias por su desprendimiento, paciencia, y motivación durante este proceso. Para mí ha sido un privilegio poder haber contado con su guía y ayuda.

Gracias a la Universidad César Vallejo, que a lo largo de 11 ciclos académicos nos ha proporcionado profesionales que han aportado significativamente al desarrollo de mi carrera profesional cuyos aportes siempre serán valiosos.

Gracias a las personas que, de una manera u otra, han sido claves en mi vida profesional, a mis amigas a quienes les he robado horas valiosas para compartir y alentarnos siempre en este camino. ¡Gracias amigas, por siempre estar ahí!

Y siempre, por encima de todo y con todo mi amor, a los míos por su incondicional apoyo durante estos años de formación. Gracias Papá, Mamá, Beatriz, Janet, Junior, Kleimer, Tatiana y Sebastián. Gracias también a los que vienen y a los que ya no están. Gracias por todo. Los quiero con todo mi corazón.

La autora

Declaratoria de Autenticidad

Yo Anais del Pilar Mendoza Córdova con DNI 74280051, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes, consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, facultad de Humanidades, escuela académica profesional de Psicología, declaro bajo juramento que, toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Mendoza Córdova, Anais del Pilar
DNI 74280051

Piura, Agosto del 2018

Presentación

La estructura de esta investigación cumple a los niveles principales de la carrera Profesional de Psicología; de manera correcta, además busca conocer los efectos del “Programa de Comunicación Interna en el Clima Laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, 2018”

De tal manera la presente investigación ha sido fundamentada y se ha mantenido sujeto a constantes revisiones y mejoras que se fueron sugeridas por los tutores a cargo.

La autora.

ÍNDICE

Página del jurado	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Dedicatoria de Autenticidad.....	5
Presentación	6
RESUMEN.....	10
ABSTRAC	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	12
1.2 Trabajos Previos	15
1.2.1 Internacionales.....	15
1.2.2 Nacionales	16
1.3 Teorías Relacionadas al tema.....	19
1.2.1 Teorías Relacionadas al Clima Laboral	19
1.3.2 Teorías Relacionadas a la Comunicación Interna	23
1.3.3 Programa de Intervención.....	31
1.3 Formulación al Problema	33
1.4 Justificación del estudio	33
1.4.1 Justificación teórica.....	33
1.4.2 Justificación metodológica	33
1.4.3 Justificación práctica.....	33
1.4.4 Justificación social	33

1.5 Hipótesis	34
1.5.1 Hipótesis General	34
1.5.2 Hipótesis Específicas	34
1.6 Objetivos	35
1.6.1 O. General	35
1.6.2 O. Específicos.....	35
II. MÉTODO.....	36
2.1 Diseño de Investigación	36
2.1.1 Tipo de Investigación	36
2.1.2 Diseño de Investigación	36
2.2 Variables, Operacionalización	38
2.3 Población y Muestra.....	41
2.3.1 Población	41
2.3.2 Muestra	41
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
2.4.1 FICHA TECNICA: ESCALA DE CLIMA LABORAL CL – SPC	42
2.4.2 Programa de Comunicación Organizacional	47
2.5 Método de análisis de datos	48
III. RESULTADOS	49
TABLA N° 01.....	49
TABLA N°02.....	50
TABLA N°03.....	51
TABLA N° 04.....	52
IV. DISCUSIÓN	53
V. CONCLUSIONES	58

VI. RECOMENDACIONES	59
VII. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	60
3. 1 Recursos y Presupuesto	60
3.1.1 Recursos Humanos	60
3.1.2 Recursos Materiales	60
3.2 Financiamiento.....	60
3.3 Cronograma de Ejecución.....	61
VIII. REFERENCIAS	63
ANEXOS	65

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar los efectos de un Programa de Comunicación Interna en el Clima Laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura. El diseño que se utilizó para la presente investigación fue experimental, con un corte Cuasi Experimental con Pre test y Post test con un grupo experimental y control, se administró el Pre test a ambos grupos que integran el experimento, el grupo experimental fue expuesto al programa y finalmente se aplicó el Post test a ambos grupos. La población con la que se trabajó, estuvo constituida por 28 colaboradores de una Distribuidora Comercial y la muestra fue de 14 colaboradores. El muestreo fue no probabilístico por criterio. Se concluyó que si se evidencian diferencias significativas en el grupo experimental con respecto a la aplicación del antes y después del programa a comparación del grupo control, reconociendo así la hipótesis del estudio que refiere que la aplicación de un programa de comunicación interna influye de manera significativa en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.

Palabras clave: Comunicación interna, Clima laboral.

ABSTRAC

The main objective of this research was to determine the effects of an Internal Communication Program on the Work Environment of the employees of a Commercial Distributor of Piura. The design used for the present investigation was experimental, with a Cuasi Experimental cut with Pre test and Post test with an experimental group and control, the Pre test was administered to both groups that make up the experiment, the experimental group was exposed to the program and finally the Post test was applied to both groups. The population with which we worked was made up of 28 employees of a Commercial Distributor and the sample consisted of 14 employees. Sampling was non-probabilistic by criteria. It was concluded that if there are significant differences (XX) in the experimental group with respect to the application of the before and after the program compared to the control group, recognizing the hypothesis of the study that refers that the application of an internal communication program influences significantly in the working environment of the employees of a commercial distributor in Piura.

Key words: Internal communication, Labor climate.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Según Ascendo en una encuesta de Clima Laboral que realizó a Países de Latinoamérica durante el periodo 2013 y 2014, pudo encontrar que los 3 Países con mejor clima laboral, se encuentran, República Dominicana, Colombia y Ecuador, los Países que se encontraron con tendencia a mejorar, son Brasil y México, y por último los Países con peor clima laboral, encontramos a Chile, Uruguay y Perú. (Ascendo, 2013 - 2014)

En tal caso construir un clima adecuado es tarea de todos, el Catedrático Roberto Luna (2018) afirma que actualmente las organizaciones no le dan importancia a temas relacionados con el clima laboral, sin darse cuenta que ese factor afecta en aproximadamente un 20% de la productividad de las empresas. (Luna, 2018)

Es por eso que cuando no existe voluntad e interés por parte de las Organizaciones y no se llega a un consenso con los colaboradores, ellos empiezan a buscar otras alternativas laboral, tal como a lo afirma la Revista Gestión, las Empresas Peruanas, pierden anualmente al 30% de sus empleados, ya que según la fuente los colaboradores afirman que el clima laboral no se gestiona de manera adecuada, no se les incentiva, ni se les reconoce, lo que genera que constantemente estén buscando un cambio. (Díaz Escarante, 2017)

Existen recursos como la innovación, la creatividad y el liderazgo que permiten a las organizaciones convertirse en lugares favorables para que los colaboradores usen al máximo su potencial y por ende aumentar la productividad y competitividad de la Organización.

Es por eso que actualmente el clima laboral ha venido teniendo un gran impacto para las empresas, las cuáles están buscando una continua mejora del ambiente donde sus colaboradores desarrollan sus actividades, para poder alcanzar un aumento en su rendimiento.

Generar un buen clima laboral en los colaboradores, implica hablar de varios componentes que están estrechamente ligados, como lo son la satisfacción laboral, la motivación laboral, la comunicación interna, etc. Estos de manera directa intervienen en que el colaborador perciba de manera positiva o negativa su ambiente laboral.

De acuerdo a la información bibliográfica revisada, el clima laboral y la comunicación interna que se establecen entre los colaboradores, están estrechamente unidas. La primera va a afectar a la segunda y en muchos casos determinará la percepción que tienen los colaboradores de su centro de trabajo.

En una encuesta que realizaron en la Universidad Sergio Arboleda, acerca de cómo está la comunicación interna en América Latina, se pudo reconocer que los mayores damnificados con esta problemática serían los programas de atención al cliente y el clima laboral.

Los países encuestados, fueron desde México hasta Argentina y Chile pasando por El Salvador, Venezuela y Colombia, se concluyó que entre un 80 y 100% de los problemas de gestión en las empresas latinoamericanas han tenido su origen en los procesos de comunicación interna deficiente.

Así pues, uno de los problemas que más aquejan a las empresas Latinoamericanas es la deficiente comunicación entre las áreas que hacen parte de un mismo proceso, allí se puede ver una marcada preocupación en países como Perú, Panamá y El Salvador, donde el 32% de las empresas encuestadas, consideró que este es un problema muy frecuente, le sigue Colombia con un 14%; mientras que Argentina y Chile lo consideraron como un problema con relativa frecuencia, presentando un 57%, Venezuela un 45%,

México fue la excepción ya que lo consideró un problema poco frecuente en un 52%. (Aguilera, 2007)

Watzlawick afirma en uno de sus postulados, que es imposible no comunicarse, haciendo referencia que todo comportamiento es una forma de comunicación. Esto aplica en todos los ámbitos en la que las personas se desarrollan, entonces en el ámbito organizacional podríamos decir que la comunicación ha sido uno de los ejes fundamentales para que las empresas puedan enfrentar los nuevos retos de la globalización y competitividad del mercado. (Gallardo, 2013)

Según José Miguel Arraigada precisó: “Desde comienzos de los años 2000, las empresas se dieron cuenta del valor estratégico de la comunicación interna para la efectividad de su organización. Demostrándose que hay una incidencia con varios factores, incluido el clima laboral. Es decir la comunicación interna si aporta valor, pero en nuestro País todavía esta valorización no tiene un desarrollo completo. (Revista Gestión, 2014)

En la actualidad hemos podido observar que la comunicación interna ha evolucionado a nivel mundial, ya que si existe una adecuada comunicación interna, generará cambios positivos en los colaboradores al momento de desarrollarse en su ambiente laboral. La comunicación interna influye en varios aspectos, como en la apreciación, la personalidad, las emociones de los colaboradores, el clima laboral, etc. (Contreras, RRPPNet, 2012)

Es por eso que ante la situación que experimentamos actualmente en las organizaciones, la presente investigación se basará en los efectos de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de Distribuidora Comercial de Piura, buscando aportar a la organización estrategias de comunicación organizacional para poder crear un clima laboral saludable que beneficie tanto a colaborador como organización.

1.2 Trabajos Previos

1.2.1 Internacionales

Armas, J. (2014) Esta investigación tuvo como finalidad poder determinar si en un Call center de la Ciudad de Quetzaltenango - Guatemala, la comunicación interna favorece al clima laboral del mismo. La muestra que se utilizó en este estudio fue conformada por 115 agentes y 7 supervisores, que oscilan entre 19 y 35 años de edad de una de las cuentas del call center. Para este estudio se empleó un diseño de investigación de tipo descriptivo; teniendo como resultado que las variables se relacionan y una favorece a la otra, ya que si el colaborador recibe las instrucciones necesarias, podrá desarrollar las actividades que a este se le encomienden sin ningún inconveniente, lo que desarrollará en ellos buenas relaciones interpersonales. (Armas Sandoval, 2014)

Umaña, A (2015) El objetivo de esta investigación fue determinar la influencia de la comunicación interna en la satisfacción de los colaboradores. Se contó con una población conformada por 50 colaboradores los cuales integraban diferentes áreas, como administrativos, mandos medios o jefaturas y operarios de un Restaurante de Comida Gourmet de Quetzaltenango – Guatemala. La investigación contó con el diseño descriptivo y como instrumento una escala Likert para poder medir la comunicación interna; en la misma incluyó satisfacción laboral para poder hacer así la relación entre dichas variables. Tuvimos como conclusiones que la comunicación interna influye en la satisfacción laboral de los colaboradores, ya que ellos al recibir instrucciones claras, precisas y relevantes para la ejecución de sus actividades, harán que se desempeñen con mayor eficiencia y entusiasmo. (Umaña Cisneros, 2015)

1.2.2 Nacionales

Trujillo, K. (2017) El objetivo de la investigación fue determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional de los empleados de las Instituciones Públicas descentralizadas del sector energía y minas ubicadas en la Lima – Perú. Se trató de un estudio de tipo descriptivo, explicativo y con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal con aspectos correlacionales. En este estudio se contó con una población de 627 colaboradores. La muestra seleccionada fueron 238 colaboradores, seleccionados mediante el muestreo no probabilístico, con un margen de error 5%. Se realizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 36 preguntas, estructurado con la escala de Likert y se tomó como referencia la metodología de 1A de Manuel Tessi. Los resultados que se obtuvieron en fiabilidad fueron de 0.977, así mismo se encontró una alta percepción de comunicación interpersonal (69.3%), moderada percepción de comunicación interpersonal (52.9%), baja percepción de comunicación institucional (33.2%), moderada percepción de liderazgo (43.3%), moderada percepción de trabajo en equipo (32.4%) y baja percepción de motivación (33.2%). Para poder relacionar las pruebas se utilizó la prueba de Pearson, obteniendo como resultado 0.872 y para probar las hipótesis se utilizó Chi – Cuadrado de Pearson, dando un alto nivel de significancia de 0.000. En esta investigación se llegó a la conclusión que la comunicación interna influye de manera positiva en el clima organizacional, recomendando a la organización tener una comunicación integrada. (Trujillo Mariño, 2017)

Orellana, G & Bossio, S. (2015) La investigación tuvo como objetivo deducir cuales eran las características y diferencias de la impresión respecto a la comunicación organizacional, un área de la comunicación que es fundamental en el desarrollo de toda organización y sobre todo porque es indispensable en el campo de la integración a nivel institucional, así como poder determinar cuantitativa y cualitativamente las diferencias de dicha percepción según sexo, condición labora y ciclo de estudios. Las personas que participaron fueron 164

estudiantes en 10 semestres académicos, 15 docentes entre nombrados y contratados en diferentes categorías y por último 3 administrativos, de una facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú. Se realizó un tipo de investigación descriptiva – comparativa; la variable se midió con el Cuestionario de Comunicación Organizacional. La conclusión final de la investigación fue que la percepción general es neutral, con tendencia a mala en docentes y con tendencia a buena en administrativos y estudiantes. (Orellana Méndez & Bossio Suárez, 2015)

Guevara, Y & Salazar, J. (2016) Esta investigación tiene como objetivo aplicar un plan de mejora de la comunicación interna para poder optimizar la cultura organizacional de un Instituto. Se consideró como población de esta investigación a 10 personas, entre supervisores, inspectores y asistentes administrativos de un centro de Inspección técnica vehicular de La Esperanza – Trujillo. Fue un diseño de contrastación cuasi experimental con un solo grupo, con observación antes y después de haber aplicado el plan de mejora de comunicación interna, en esta ocasión se utilizó la técnica de la encuesta, la misma que fue validada por medio de la aplicación del coeficiente de Alfa de Cronbach. Los resultado de la investigación nos ha permitido evaluar la comunicación interna, del mismo modo identificar el nivel de cultura organizacional es a partir de estas dos etapas clave que se ha diseñado, aplicado y evaluado el plan de mejora de la comunicación interna para optimizar la cultura organizacional del centro de inspección técnica vehicular. De esta manera se ha logrado determinar que la aplicación del plan de mejora de la comunicación interna ha optimizado de manera positiva la cultura organizacional, como se puede demostrar en nuestros resultados. (Guevara Delgado & Salazar Gonzales, 2016)

Chávez E. & De la Cruz Julio. (2015) La investigación tiene como objetivo principal proponer un Plan de Comunicación Interna para fortalecer el Clima Organizacional de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Trabajo social y Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo. Se realizó un tipo de investigación descriptiva – transversal. La población total fue de 1104 personas que forman parte de las carreras ya mencionadas, según el criterio del investigador se ha seleccionado al personal directivo, docente, administrativo y estudiantes de las carreras. Para obtener los resultados se utilizó el instrumento de guía de observación, además de una encuesta estructurada en 34 ítems, calificados a través de una escala de Likert de 5 puntos. Se llegó a la conclusión que la Comunicación Interna de las carreras, después del Plan se desarrolla de manera espontánea y elaborada para poder alcanzar los objetivos e influir en la percepción, comportamiento y las actitudes de sus miembros.

1.3 Teorías Relacionadas al tema

1.2.1 Teorías Relacionadas al Clima Laboral

El clima organizacional constituye el núcleo de toda organización, además se le puede estimar como el ambiente psicológico que se encuentra en cada organización. (Chiavenato, 1992).

Además, “el clima organizacional alude a las apreciaciones que tienen los colaboradores de una determinada organizaciones hacia su trabajo, el lugar donde lo desarrollan y las relaciones interpersonales que estos forman en torno a su lugar de trabajo” (Rodríguez, 1999).

1.3.1.1 Clima Laboral explicado por Sonia Palma Carillo

Es de vital importancia citar la teoría desarrollada por Sonia Palma, ya que en esta investigación se utilizará el cuestionario construido por ella. La autora precisa que el Clima laboral es “la apreciación que tiene el colaborador en referencia al entorno laborar en él que éste se desarrolla, además de aspectos como la auto realización, el compromiso con las actividades que tiene que desarrollar, el control que tiene de sus actividades y la fluidez respecto a la información que está ligada a sus actividades”. (Palma Carrillo, 2004)

Las cinco dimensiones de Clima Laboral que están presentes en toda organización son:

-Auto realización: Se trata del nivel de apreciación que tiene el trabajador con respecto a las posibilidades que el medio laboral le pueda favorecer en su desarrollo en todos los ámbitos.

-Involucramiento laboral: Se trata del nivel de identidad del colaborador con los valores de su centro de labores y la responsabilidad del mismo con el cumplimiento y crecimiento de su entorno de trabajo.

-Supervisión: Se trata del nivel del consideración que tienen los superiores en poder inspeccionar las actividades que el colaborador desarrolla durante

su horario de trabajo, además está ligado con el apoyo y orientación que se brinda de manera continua para la mejora de sus actividades.

-Comunicación: Es la impresión que tiene el colaborador del grado de naturalidad, rapidez, precisión y cohesión en comunicar la información que es importante para que la organización marche de una manera adecuada.

-Condiciones Laborales: El centro de labores es quién proporciona a los colaboradores diferentes elementos tanto materiales, económicos y/o psicosociales que son fundamentales para que ellos puedan desarrollar sus funciones de manera correcta.

1.3.1.2 Teoría de Clima Organizacional de Likert

Esta teoría afirma que el comportamiento de los trabajadores de las organizaciones depende directamente de cómo perciben estos el comportamiento de los socios con mayor jerarquía así como de las condiciones laborales que allí se presenten, es decir que las respuestas vienen determinadas por la percepción.

Likert determina así las características de una organización mediante tres tipos de variables que influyen en la percepción de los trabajadores en una determinada entidad. Estas son:

- Variables causales: también conocidas como variables independientes ya que estas susceptibles a sufrir cambios por parte de las integrantes de una organización y que pueden producir modificaciones a las otras variables, ellas establecen como se desarrolla, evoluciona y crece obteniendo buenos resultados. Aquí encontramos la estructura organizacional, la competencia y decisiones.
- Variables Intermedias: están previstas para medir la salud y el estado interno de una organización, así encontramos la satisfacción laboral, la comunicación interpersonales, el liderazgo, etc., son de gran importancia ya que conforman el cuerpo de todos los procesos laborales y son las que se tomarán en cuenta en ésta investigación.
- Variables finales: se generan como efecto conjunto de las dos variables antes mencionadas, y tienen que ver con los resultados que obtiene una

organización, es decir las ganancias o pérdidas.

1.3.1.3 Teoría del Clima Laboral de McGregor

Escribió la obra “El lado humano de la organizaciones” y en la cual determino el comportamiento de las entidades laborales con dos modelos a los cuales llamó la teoría “X” y la teoría “Y”

La primera indica que el ser humano siente repugnancia hacia el trabajo y lo hace porque tiene que hacerlo y no porque tenga la ambición de crecer personal y profesionalmente, ya que es conformista por lo que prefiere su seguridad a tomar responsabilidades, aunque esto lo convierta en un ser sometido a castigos, órdenes y simplemente obedecer a los directivos para de esta forma lograr los objetivos de dicha organización.

La teoría “Y”, por otro lado, defiende la integridad del empleado, afirmando que éste tiene un deseo de superación para él y para la organización en donde labora, por ello se esforzará por obtener los mejores resultados, las entidades en éste caso se preocupan por dirigir correctamente el comportamiento de sus colaboradores.

1.3.1.4 Teoría de los Factores de Herzberg

Esta teoría se forma a partir de la pirámide de Maslow, ya que clasifica los objetivos humanos en superiores e inferiores, los que llama los “factores de higiene y los factores motivadores”. También habla de la satisfacción como resultado de la presencia o ausencia de estos.

Así encontramos a la satisfacción, que viene dado por la presencia de factores motivadores, estos son el reconocimiento, el crecimiento profesional, la responsabilidad, etc.

Por consiguiente, se encuentra la insatisfacción, como resultado de la ausencia de los factores de higiene, aquí tenemos el salario, la organización, las relaciones con compañeros de trabajo, supervisión, seguridad laboral, etc. Algunas de éstas tomadas en cuenta en el cuestionario de Sonia Palma Carrillo.

1.3.2 Teorías Relacionadas a la Comunicación Interna

1.3.2.1 La comunicación

Según (Lomonosov, 1989) refiere que “La comunicación es un medio de intercambio social, que gracias a distintas herramientas como símbolos y sistemas de mensajes, podemos interactuar con otros seres humanos, ya sea de manera verbal, o no verbal, de manera individual o grupal”

Para Martínez de Velasco y Nosnik (1998) la comunicación se compone a través de:

- El emisor: Es aquí donde inicia la comunicación.
- En codificación: En este paso, se trata de evaluar lo que queremos comunicar, para posteriormente poder interpretarlo en palabras en forma oral, escrito o en símbolos que deben ser comprensibles para el receptor.
- El mensaje: Se trata del contenido en específico que el emisor desea difundir hacia el receptor, utilizando herramientas verbales o no verbales.
- El medio o canal: Es el medio utilizado por el cual el mensaje se desplaza del emisor hacia el receptor.
- El receptor: Es el encargado de recibir el mensaje por parte del emisor.
- La decodificación: En esta parte, el receptor deberá analizar el mensaje que el emisor envió.
- La retroalimentación: En este paso, sabremos si al reproducirse el mensaje ha sido recibido e interpretado de la manera en la que se ha pretendido. (Velasco & Nosnik, 1998)

Tipos de Comunicación

- a) Comunicación fluida: Es una habilidad mediante la que ideamos, seleccionamos y organizamos las palabras para transmitir un mensaje comprensible y coherente a los demás.
- b) Comunicación Asertiva: La comunicación asertiva es la capacidad que tiene una persona al expresar su punto de vista de un modo claro y de una forma totalmente respetuosa ante el receptor.
- c) Comunicación Eficaz: La comunicación eficaz se define como el correcto y responsable uso de todos los elementos y canales de la comunicación. Esto implica no enviar mensajes contradictorios o ambiguos a una persona o grupo de personas que desestimen la imagen y el respeto del emisor.

En la comunicación todos los elementos son fundamentales, ya que gracias a ellos podremos tener una comunicación real, además se considera un proceso que está ligado con todos sus elementos, y si en algún momento alguno de estos fallara, no se podría llegar a cumplir las metas del proceso comunicativo.

El contexto social también es importante e influye en este proceso, es por eso que para lograr el éxito en la comunicación se debe tener en cuenta el contexto en el que la persona se desarrolla.

1.3.2.2 La comunicación organizacional interna

Fernández Collado, decía que la comunicación organizacional es el alma, el corazón mismo y la energía principal que tiene toda Organización. (Fernandez Collado, 1991)

Es sustancial destacar que la comunicación en las organizaciones es vital, ya que gracias a ella, estas organizaciones pueden llegar a constituirse y hacer que en conjunto con sus colaboradores lleguen a las metas que se proponen.

Goldhaber en 1984 refiere que la comunicación organizacional se desarrolla dentro de un contexto complicado y libre, que además está altamente influenciado por el medio que lo rodea y que predomina sobre él. Incluyen mensajes, flujos y dónde se involucran sentimientos, relaciones y habilidades. (Goldhaber M, 1984)

Thayer en 1988 contempla a la comunicación organizacional como “la circulación de información que posteriormente será útil para los procesos comunicativos dentro de la Organización”

Martínez de Velasco y Nosnik en el 2003 manifiesta que “la comunicación organizacional se trata de un método que consiste en que un colaborador o un sub grupo de la organización se puede conectar de manera fluida con otro colaborador o sub grupo de la misma. Esto nos remota a que la comunicación es una herramienta imprescindible para el buen desarrollo de actividades de cada uno de los colaboradores. (Velasco & Nosnik, 1998)

Fernández Collado, detalla, que “la comunicación interna, es una agrupación de mensajes que harán que los colaboradores puedan cambiar información entre sí, teniendo en cuenta que se realice en el momento adecuado y de manera correcta.”

Cuando hablamos de comunicación interna, tratamos de describir los procesos de comunicación que se dan netamente dentro de la organización. Este tipo de comunicación nos permitirá como organización buscar que

lleguemos a los objetivos de la misma, teniendo como herramienta principal una transmisión de mensajes fluidos, que se pretenden que sean eficientes generando así relaciones satisfactorias entre los miembros, un ambiente cálido, etc.

Andrade en el 2010 precisa que la Comunicación organizacional interna es la base esencial de todas las organizaciones, teniendo como propósito poder aportar a la consecución de los resultados, además si como empresa les facilitan información destacada y apropiada a sus colaboradores, producirá en ellos una percepción beneficiosa para ambas partes.

A partir de esto, podemos deducir que la comunicación organizacional interna es un conglomerado de tareas que las organizaciones de ahora realizan, ya que lo han visto necesario para que dentro de su empresa sus colaboradores mantengan relaciones adecuadas, haciendo uso de canales de comunicación eficaces que hará que cada uno de ellos se mantenga informado, generando el cumplimiento de los objetivos de la organización.

Fernández Collado, refiere que la comunicación organizacional interna tiene diferentes principios, entre los cuales tenemos:

- La comunicación es integral: Abarcan varias formas: interna, externa; horizontal y diagonal, directa, mediante medios electrónicos, etc.

- La comunicación es un sistema: Todo está interrelacionado, desde la forma que se envía la información hasta las personas que están comunicándose.

- La comunicación y la cultura organizacional se encuentran estrechamente relacionada: En las organizaciones se han percatado cada vez que la cultura que imparten en su empresa dependerá de la comunicación que se mantenga en ella.

- La comunicación es una responsabilidad compartida: Los colaboradores cumplen un rol importante dentro de la Organización, ya que cada papel que

ellos desarrollan va relacionado y genera que cumplan el objetivo propuesto. (Fernandez Collado, 1991)

Entonces, la comunicación interna se encuentra dirigida a un conjunto de colaboradores que pertenecen a una organización, y mantienen vínculos entre ellos. Podría estar conformado por los directivos, empleados, etc. La comunicación, se podría realizar del siguiente modo:

- **Formal:** Es aquí donde toda la información está englobado únicamente a aspectos laborales de la organización. Se deben seguir todos los pasos de burocracia que se requieren es por eso que suele ser un poco lento el proceso.
- **Informal:** Aquí también se revisa información ligada a lo laboral, sin embargo el canal que se utiliza suele ser no oficial como una reunión en un sitio fuera del trabajo, el horario de refrigerio, etc.

Canales de Comunicación

Se especifican tres tipos de canales. Partiendo de su naturaleza los canales de comunicación interna son los siguientes:

- a) **Los canales orales:** En este canal los mensajes que se transmiten usan código oral. Podemos sacar mucho provecho de este canal, ya que podemos acceder a una retroalimentación más rápida, y la desventaja de este canal es que si la información circula por un número grande de personas puede llegar a distorsionarse.
- b) **Los canales escritos:** Los mensajes que se transmiten en este canal son a través de palabras o representaciones escritas. El que se usen este tipo de canales será importante porque nos permitirá tener registros permanentes, tangibles y verificables; esto genera que las personas piensen con mayor cuidado lo que desean transmitir, probablemente serán más lógicos y claros, además de precisos.

- c) Los canales electrónicos: Son los mensajes con los cuales se utilizan códigos electrónicos, por ejemplo, circuitos cerrados de televisión, videoconferencias, programas multimedia y todas las tecnologías que estén vinculadas al internet, ya que esta tecnología ha tenido un mayor crecimiento en estas últimas décadas.

Flujos de la comunicación

Fernández precisa que los flujos de comunicación se dan a partir del sistema comunicativo interno que poseen todas las Organizaciones. Se desarrolla de 3 maneras: descendente, ascendente y horizontal, estas pueden darse en todas las áreas de la Organización, desde gerencia y los colaboradores, etc y como en estas áreas circula de manera correcta la información.

- Comunicación Descendente: Este flujo de comunicación se encarga de enviar la información de los superiores hacia los colaboradores, la finalidad de este es brindar aprendizajes idóneos y concretos de las actividades que se deben realizar.
- Comunicación Ascendente: Este flujo de comunicación es lo opuesto a la descendente ya que aquí se realiza desde los más bajos niveles de jerarquía hasta los más altos. Es en este flujo comunicativo donde se les ofrece la opción a los colaboradores de poder brindar opiniones, soluciones, etc, promoviendo su participación activa dentro de la empresa.
- Comunicación Horizontal: En este flujo de comunicación se establece la comunicación entre los miembros de un mismo nivel de jerarquía. Pueden darse entre departamentos o grupos, no se requiere de presencia de autoridades y sirve para poder agilizar la estructura organizativa. (Fernandez Collado, 1991)

Objetivos y funciones de la comunicación interna

Ruiz en el 2010 define a la comunicación interna como el cambio programado de información que se origina dentro de una Organización. La intención que se tiene en este proceso es construir una serie de procedimientos que permitan que la información llegue de manera fluida a las diferentes áreas de organización, esto generará que los objetivos organizacionales se cumplan.

Una adecuada comunicación interna, genera:

- Mantiene y desarrolla adecuados vínculos entre colaboradores.
- Elaboración de información que los colaboradores recibirán, donde se plasmarán los objetivos de la organización.
- Disponer la información para motivar la conducta de los colaboradores.

Las organizaciones actuales se han visto en la obligación de implementar nuevas formas para una correcta comunicación organizacional, cuando han identificado el provecho que se puede sacar de esta, ya que genera cambios en los colaboradores y a la Organización. A partir de esto se han establecido tres funciones que la comunicación interna cumple:

- Implicación del personal: Simboliza los vínculos existentes entre los colaboradores y la organización, donde ellos harán propios los éxitos de la misma y los verán como suyos, esto es debido a que se cuenta con un personal motivado en el desarrollo de sus actividades.
- Conseguir un cambio de actitudes: A través de los años hemos experimentados cambios en nuestra sociedad y hemos tenido que adaptarnos a las nuevas tecnologías en las organizaciones. Para que este cambio se genere, ha sido necesario que se destierren viejas ideas e incorporar nuevos procesos de comunicación interna.

- Mejora de la productividad: Cuando el mensaje que se quiere enviar a los colaboradores es de manera espontánea, precisa y en el momento que se requiere, hacemos que nuestros colaboradores se sientan reconocidos por ende se identificarán con los objetivos, los valores de la empresa, con esto conseguiremos que exista mayor productividad.

Actualmente hablar de comunicación interna en las Organizaciones, es tocar uno de los factores importantes dentro de la misma, ya que esta permite la unión e identificación de sus colaboradores. Además esta combina herramientas que nos ayudarán a que las metas propuestas se realicen.

1.3.3 Programa de Intervención

1.3.3.1 Definición

Un programa de intervención es un grupo de actividades programadas y previstas que se apoyan en problemas identificados y situados en objetivos que se generan como solución a este problema, teniendo una teoría de respaldo.

1.3.3.2 Fases del Programa de Intervención

Todo programa de intervención cuenta con 4 fases:

- Primera fase: Se realiza el diagnóstico de las necesidades encontradas para una futura intervención.
- Segunda fase: En esta fase se planea y diseña los factores del plan de intervención.
- Tercera fase: Aquí se ejecutan las actividades del plan de intervención.
- Cuarta fase: Finalmente se evaluará el desarrollo de las actividades.

1.3.3.3 Etapas del Programa de Intervención

-Diagnóstico y análisis de las necesidades de intervención: Todo programa, nace del estudio y la meditación de las necesidades o problemas que se han observado y que se pretenden mejorar, gracias a ello se acuerdan actividades para el programa de intervención.

El diagnóstico de necesidades identifica dos fases:

- Identificación: se analizará cuál es la problemática real.
- Priorización: se busca priorizar el problema real, para poder dividir los recursos de manera adecuada.

-Componentes del programa de intervención: Objetivos de Intervención, Desarrollo de la Intervención, Etapa inicial y ambiente donde se desarrollará, A quién va dirigido la intervención y niveles de actuación, y el procedimiento de la intervención.

-Ejecución y evaluación: Se realizará el proceso de la intervención, con las actividades propuestas y se realizará seguimiento del programa. (Tapia, 2011)

1.3 Formulación al Problema

¿Cuáles serán los efectos de un programa de Comunicación interna en el Clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura?

1.4 Justificación del estudio

1.4.1 Justificación teórica

La investigación permitió conocer las teorías sobre la comunicación interna y gracias a ella poder encontrar explicaciones de situaciones que se originan a partir de ella en el contexto del clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.

1.4.2 Justificación metodológica

El diseño metodológico usado en el presente estudio sobre la comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial, nos permitirá determinar los efectos de las estrategias de comunicación interna, las cuales servirán de referencia para posteriores investigaciones sobre el tema.

1.4.3 Justificación práctica

Con este presente trabajo de investigación se pretende contribuir a la Organización con una herramienta estructurada de intervención basada en la comunicación interna en el clima laboral, además de contribuir como un antecedente para futuras investigaciones que se realicen acerca de las variables ya mencionadas.

1.4.4 Justificación social

Sabiendo que el clima laboral bien definitivo puede significar la mayor fortaleza de la Organización, o en caso contrario, puede convertirse en una gran debilidad de esta; el presente proyecto de investigación busca conocer los efectos de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

-Existen diferencias significativas en la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral en los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.

1.5.2 Hipótesis Específicas

-Existen diferencias significativas antes de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, en comparación con un grupo experimental.

- Existen diferencias significativas después de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, en comparación con un grupo control.

- Existen diferencias significativas antes y después de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura. (Grupo experimental)

- Existen diferencias significativas antes y después de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura. (Grupo control)

1.6 Objetivos

1.6.1 O. General

- Determinar los efectos de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.

1.6.2 O. Específicos

- Determinar la diferencia significativa existente antes de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, entre el grupo control y experimental.
- Determinar la diferencia significativa existente después de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, entre el grupo control y experimental.
- Determinar la diferencia significativa existente antes y después de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura. (Grupo control)
- Determinar la diferencia significativa existente antes y después de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura. (Grupo experimental)

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

2.1.1 Tipo de Investigación

Este trabajo se trata de una investigación experimental, donde se manipularán intencionalmente variables independientes para poder analizar las consecuencias que esta tiene sobre la variable dependiente, dentro de la situación del investigador. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

2.1.2 Diseño de Investigación

Esta investigación cuenta con el Diseño Experimental de corte Cuasi experimental pre y post prueba con un grupo experimental y un grupo control.

Para los diseños cuasi experimentales, los grupos no se elegirán al azar tampoco se aparean, al contrario, los grupos anteriormente del experimento ya se han constituido, es decir son grupos intactos. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

GRUPO	PRETEST	TRATAMIENTO	POSTEST
G1	O1	X	O3
Experimental			
G2	O2	-----	O4
Control			

Dónde:

G1 Personal (Grupo experimental)

G2 Personal (Grupo control)

O1 Medición del Clima Organizacional del grupo experimental antes de la aplicación del programa.

O2 Medición del Clima Organizacional del grupo control antes de la aplicación del programa.

- O3** Medición del Clima Organizacional del grupo experimental después de la aplicación del programa.
- O4** Medición del Clima Organizacional del grupo control después de la aplicación del programa.
- X** Aplicación del programa.
- Ausencia de tratamiento.

2.2 Variables, Operacionalización

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
Clima Laboral	Se define como la apreciación que tiene el colaborador en referencia al entorno laborar en él que éste se desarrolla, además de aspectos como la auto realización, el compromiso con las actividades que tiene que desarrollar, el control que tiene de sus actividades y la fluidez respecto a la información que está	<p>Autorrealización</p> <p>Involucramiento Laboral</p> <p>Supervisión</p> <p>Comunicación</p> <p>Condiciones</p>	La variable de Clima Laboral se medirá a través de la Escala de Clima Laboral CL – SPC elaborado por Sonia Palma Carrillo (2004) el cual está conformado por 50 ítems que evalúan autorrealización, involucramiento laboral, supervisión, comunicación y condiciones laborales.	<p>-Desarrollo personal</p> <p>-Desarrollo profesional</p> <p>-Oportunidades laborales</p> <p>-Compromiso con la organización</p> <p>-Identificación con los valores</p> <p>-Orientación laboral</p> <p>-Relación de apoyo</p> <p>-Comunicación interna</p> <p>-Medios de comunicación</p> <p>-Provisión de materiales</p>

	ligada a sus actividades. (Palma Carrillo, 2004)	Laborales		de trabajo -Provisión económica -Condiciones ergonómicas
--	--	-----------	--	--

Comunicación Interna	<p>Fernández Collado, detalla, que “la comunicación interna, es una agrupación de mensajes que harán que los colaboradores puedan cambiar información entre sí, teniendo en cuenta que se realice en el momento adecuado y de manera correcta.” (Fernandez Collado, 1991)</p>	<p>Canales</p> <p>Tipos</p>	<p>Para esta variable se hará uso de un programa de intervención denominado “Escuchamos lo que tú no dices” que constará de 14 sesiones, las cuales se realizarán en conjunto con los colaboradores, 1 vez por semana con una duración de 1 hora, treinta minutos por cada una.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Canales Orales -Canales Escritos -Canales Tecnológicos -C. Fluida -C. Asertiva -C. Eficaz
-------------------------	---	-----------------------------	---	---

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población

Según Tamayo, precisa que la población es la universalidad del fenómeno estudiado, además incorpora a todos los individuos que integran dicho estudio. Se le llama población por qué se compone de la totalidad de todos los elementos de una investigación. (Tamayo Tamayo, 2004)

En este trabajo de investigación, la población de estudio está conformada por 120 colaboradores que laboran en una Distribuidora Comercial de Piura, los cuales poseen las siguientes características: tener más de 6 meses trabajando en la organización, no haber pasado por un programa de comunicación interna anteriormente y que sus edades oscilen entre los 23 a 55 años.

2.3.2 Muestra

Se define a la muestra cómo un subgrupo de la totalidad de la población. Se puede decir un conjunto pequeño de individuos que pertenecen a dicho conjunto que tiene componentes similares al que se le denomina población. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

En esta investigación se realizó un muestreo no probabilístico por criterio y la muestra seleccionada está integrada por 28 colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, los cuales 14 conformarán el grupo experimental y 14 el grupo control.

El programa de Comunicación interna, será aplicado al grupo experimental, mientras que el grupo control deberá seguir con sus actividades normales.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se usaron en esta investigación fueron la observación, entrevista y la evaluación psicométrica a través de la aplicación de la escala de Clima Laboral. (Ver Anexo N° 01)

2.4.1 FICHA TECNICA: ESCALA DE CLIMA LABORAL CL – SPC

I. Datos Generales

Nombre:	Clima Laboral CL - SPC
Autora:	Sonia Palma Carrillo
Año:	2004
País de Origen:	Perú
Objetivo:	Evalúa el clima laboral (Nivel de percepción del ambiente laboral)
Forma de Aplicación:	Individual – Colectivo
Duración:	15 a 30 minutos

II. Aspectos teóricos

El clima laboral es definido por la autora como la apreciación que tiene el colaborador en referencia al entorno laborar en él que éste se desarrolla, además de aspectos como la auto realización, el compromiso con las actividades que tiene que desarrollar, el control que tiene de sus actividades y la fluidez respecto a la información que está ligada a sus actividades

III. Criterios de construcción

En la etapa inicial del diseño de la Escala, se pidió el sentir de los colaboradores de distintas áreas respecto a cómo ellos veían el ambiente de trabajo. La base de datos fue de 100 reactivos.

Los mismos fueron verificados minuciosamente y a la misma vez redactadas según los criterios de la técnica de Likert, obteniendo 66 ítems, los cuales fueron sometidos a validación de jueces y también se realizó una prueba piloto en distintas Organizaciones. Para este proceso se consiguió una validez de 0,87 y 0,84 respectivamente.

Se seleccionó la muestra y se aplicó el instrumento, aquí se realizó un análisis factorial que hizo el ajuste de ítems en la Escala, en este análisis se eliminaron 16 ítems, teniendo actualmente la versión terminada con 50 ítems que se agrupan en 5 factores respectivamente.

IV. Descripción general

La Escala se encuentra constituida por 50 ítems, teniendo un diseño de la técnica de Likert. Está compuesta por 5 factores, que serán descritos:

FACTOR	ÍTEMS
-Involucramiento laboral: Se trata del nivel de identidad del colaborador con los valores de su centro de labores y la responsabilidad del mismo con el cumplimiento y crecimiento de su entorno de trabajo.	1,6, 11, 16, 21, 26, 31, 36, 41 y 46.
-Auto realización: Se trata del nivel de apreciación que tiene el trabajador con respecto a las posibilidades que el medio laboral le pueda favorecer en su desarrollo en todos los ámbitos.	2, 7, 12, 22, 27, 32, 37, 42 y 47

<p>-Supervisión: Se trata del nivel del consideración que tienen los superiores en poder inspeccionar las actividades que el colaborador desarrolla durante su horario de trabajo, además está ligado con el apoyo y orientación que se brinda de manera continua para la mejora de sus actividades.</p>	<p>18, 23, 28, 33, 38, 42 y 48.</p>
<p>-Comunicación: Es la impresión que tiene el colaborador del grado de naturalidad, rapidez, precisión y cohesión en comunicar la información que es importante para que la organización marche de una manera adecuada.</p>	<p>4, 9, 14, 19, 24, 34, 39 y 44</p>
<p>-Condiciones Laborales: El centro de labores es quién proporciona a los colaboradores diferentes elementos tanto materiales, económicos y/o psicosociales que son fundamentales para que ellos puedan desarrollar sus funciones de manera correcta.</p>	<p>5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45 y 50.</p>

V. Material para la Aplicación

Para la aplicación, será necesario:

-Manual CL-SPC: Aquí se encontrarán las instrucciones para la correcta aplicación, calificación e interpretación de acuerdo a lo que ya se encuentran pre establecido.

-Cuadernillo CL-SPC: Tenemos dos modalidades, de forma escrita y computarizada. Si se realiza de forma manual, el colaborador deberá marcar la respuesta que el crea que se ajuste a su realidad.

-Disquete clave: En el programa de la Escala se deberá digitar la puntuación, calificación e interpretación, y posteriormente se generará un informe de resultados analizados.

VI. Formas de Aplicación

De igual manera hay dos modalidades de que se aplique el instrumento, ya sea computarizado o manual. Las normas ya establecidas de la Escala, refiere que se puntúa de 1 a 5 puntos, obteniendo un total de 250 puntos como máximo a nivel general y 50 puntos si nos referimos a los factores.

La autora refiere que mientras más alto se puntúe es más favorable la apreciación del contexto laboral y lo opuesto sería que a menor puntuación la apreciación sea más baja. Las categorías diagnósticas, se explican de la siguiente manera:

CATEGORÍA	FACTORES	PUNTAJE TOTAL
Muy Favorable	42 – 50	210 – 250
Favorable	34 – 41	170 – 209
Media	26 – 33	130 – 169
Desfavorable	18 – 25	90 – 129
Muy Desfavorable	10 - 17	50 – 89

VII. Validez Y Confiabilidad

Para esta escala se trabajó la validez y confiabilidad con una muestra significativa de 1323 colaboradores de empresas tanto estatales como particulares, que nos permitió identificar los componentes del Clima laboral.

Validez

La primera versión que estuvo compuesta por 66 ítems se sometió al Test de Kaiser – Mayer Olkin que tuvo como resultado un nivel de ,980 lo que hizo evidencia de la muestra en efectos de análisis factorial. Se puede apreciar en la tabla 1. (Ver Anexo N°03)

Después de ratificar la adecuación, se realizó el análisis del factor de extracción y las comunalidades correspondiente, tal y como se aprecian en las tablas 2 y 3. (Ver Anexo N° 04)

Gracias el método de Varimax se realizó el análisis exploratorio y de rotación, definiendo 50 ítems para la última versión de la escala, donde se encontraron correlaciones positivas y significativas (α . 05) entre los 5 factores que la escala tiene, lo que refiere que este es válido. Se pueden apreciar en la tabla 4 y 5. (Ver Anexo N° 05)

Confiabilidad

Para este proceso se utilizó el Alfa de Cronbach y Split Half de Guttman, teniendo como resultado correlaciones de ,97 y ,90 correspondientemente; lo que nos permite precisar que la Escala de Clima Laboral es confiable. Se puede visualizar en la tabla 6 (Ver Anexo N° 06)

Normas interpretativas

Los baremos se han elaborado en base a percentilares generales para muestra total, por sexo, jerarquía laboral y tipo de empresa.

En este Compendio sólo se muestran dos de ellos, el referido a las normas percentilares generales (tabla 7) y el referido a las normas percentilares por sexo (tabla 8). (Ver Anexo N° 07) (Palma Carrillo, 2004)

2.4.2 Programa de Comunicación Organizacional

El programa de Comunicación Organizacional denominado “Comunicación al alcance de todos” será un programa estructurado en 10 sesiones que tendrá como base proponer herramientas para que la comunicación dentro de la organización se desarrolle de manera fluida. Tendrá un enfoque teórico – práctico, lo que nos permitirá que cada colaborador pueda conocer y potenciar las habilidades que este podrá reconocer durante las sesiones a realizar.

Dicho programa se desarrollará de forma grupal, con una duración de 45 a 50 minutos por sesión que se ejecutarán 1 vez por semana en un total de 3 meses y todas estas sesiones serán realizadas en las instalaciones de la Organización, que serán ejecutadas por el autor de este proyecto.

Durante el desarrollo del programa se pretenden realizar evaluaciones semanales a través de auto registros con el propósito de analizar el proceso de ejecución del programa y la evaluación de efectividad del mismo.

Método de análisis de datos

En esta investigación se utilizará la Escala de Clima Laboral, la información obtenida de la aplicación del Pre test y Post test se procesará en el Software SPSS Versión 22 español y como medio auxiliar el Programa de Excel 2010. Se estructurará en tablas y gráficos hacia una mejor comprensión y donde se verificará si existe una diferencia significativa entre la primera y la segunda prueba aplicada. Además para el análisis cuantitativo de los resultados se utilizará la T de student.

2.3 Aspectos éticos

Para el presente proyecto se tendrán en cuenta los criterios éticos en la ejecución de una investigación, como el consentimiento informado con la finalidad de que los participantes conozcan aspectos básicos de la investigación, como, el título, los objetivos que se buscan y cuáles son los beneficios que estos traen consigo, donde ellos lo leerán, lo firmarán y se lo entregarán a la investigadora, haciendo énfasis que la persona que aceptó participar en la investigación, en cualquier momento tiene la opción de retirarse de la misma.

De la misma manera prevalecerá el principio de privacidad y confidencialidad de modo que los datos obtenidos serán utilizados solamente para fines de la investigación. (Ver Anexo N° 02)

III. RESULTADOS

TABLA N° 01

Resultados del clima laboral antes de la aplicación del programa de comunicación interna entre el grupo control y experimental.

Estadísticos de grupo					
Grupo de estudio		N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Pretest	Control	14	138,2857	7,94625	2,12372
	Experimental	14	134,8571	9,55033	2,55243

Prueba de muestras independientes					
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias	
		F	Sig.	t	gl Sig. (bilateral)
Pretest	Se han asumido	,287	,597	1,033	26
	varianzas iguales				25,168

En la tabla N° 01 podemos observar que al aplicar la prueba estadística se obtiene una significancia de ,311 lo cual indica que no es altamente significativa, además indica que tanto en el grupo control como en el experimental no han existido cambios antes de la aplicación del Programa de Comunicación Interna.

TABLA N°02

Resultados del clima laboral después de la aplicación del programa de comunicación interna entre el grupo control y experimental.

Estadísticos de grupo					
Grupo de estudio		N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Posttest	Control	14	179,7857	6,67001	1,78263
	Experimental	14	134,8571	7,56365	2,02147

Prueba de muestras independientes					
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias	
		F	Sig.	t	gl Sig. (bilateral)
Posttest	Se han asumido	,103	,751	16,670	26 ,000
	varianzas iguales				25,600

En la tabla N°02 podemos observar que al aplicar la prueba estadística se consigue una significancia de ,000 lo cual refiere que es altamente significativa, además que se han evidenciado cambios entre el grupo control y experimental después de la aplicación del Programa de Comunicación Interna.

TABLA N°03

Resultados del clima laboral antes y después de la aplicación del programa de comunicación interna en el grupo control.

Estadísticos de muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	PRE TEST CONTROL	12,0455	14	9,55033	2,55243
	POST TEST CONTROL	12,0455	14	7,56365	2,02147
Prueba de muestras relacionadas					
		Diferencias relacionadas	t	Gl	Sig. (bilateral)
		95% Intervalo de confianza para la diferencia			
		Superior			
Par 1	PRE TEST CONTROL - POST TEST CONTROL	3,94861	,000	13	1,000

En la tabla N°03 al contrastar al grupo control con relación a las pruebas antes y después de la aplicación del Programa de Comunicación Interna, se encontró que no existen diferencias altamente significativas (1,000) en ambos momentos, exponiendo así que no existieron cambios ni mejoras debido a la ausencia del programa.

TABLA N° 04

Resultados del clima laboral antes y después de la aplicación del programa de comunicación interna en el grupo experimental.

Estadísticos de muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	PRE TEST EXPERIMENTAL	,00000	14	7,94625	2,12372
	POST TEST EXPERIMENTAL	,00000	14	6,67001	1,78263

Prueba de muestras relacionadas					
		Diferencias relacionadas	T	GI	Sig. (bilateral)
		95% Intervalo de confianza para la diferencia			
		Superior			
Par 1	PRE TEST EXPERIMENTAL - POST TEST EXPERIMENTAL	-35,16800	-14,159	13	,000

En la tabla N°04 al comparar con el grupo experimental con referencia a las pruebas antes y después de la aplicación del programa de comunicación interna, si se evidencio que existen diferencias significativas (,000) en ambos momentos, mostrándose así que existieron cambios y mejoras debido a la aplicación de programa.

IV. DISCUSIÓN

En primer lugar debemos decir que la Comunicación Interna se interpreta como un mecanismo importante para el desarrollo efectivo de las actividades de los colaboradores, además de ser un componente vital para el desarrollo de las Organizaciones y buscar su mejora continua, de allí que a través de esta investigación, se ha creado un programa de Comunicación interna, para desarrollar las habilidades y potencializar canales comunicativos que continuamente usan los colaboradores, y habiéndose encontrado en términos generales una influencia significativa del programa de Comunicación Interna sobre el Clima Laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.

Respecto al primer objetivo específico, los resultados arrojan que no existen diferencias significativas en el Clima laboral entendido por Palma como la apreciación que tiene el colaborador en referencia al entorno laborar en él que éste se desarrolla, además de aspectos como la auto realización, el compromiso con las actividades que tiene que desarrollar, el control que tiene de sus actividades y la fluidez respecto a la información que está ligada a sus actividades de los colaboradores de una Distribuidora Comercial antes de la aplicación del Programa de Comunicación Interna el cual Fernández lo concibe como la agrupación de mensajes que harán que los colaboradores puedan cambiar información entre sí, teniendo en cuenta que se realice en el momento adecuado y de manera correcta; tanto en el grupo control como en el grupo experimental, los puntajes que se han obtenido son similares y no se reconocen variables extrañas que interfieran en los puntajes de los grupos. Esto implica que los resultados obtenidos se expresan en categorías que van desde la media con un puntaje desde 90 hasta 120 hasta la desfavorable que va desde 130 a 169. Esto indica que la naturaleza de la población es la misma para ambos grupos al iniciar el mencionado programa.

Analizando el segundo objetivo, tenemos que si se evidenciaron cambios significativos en el Clima laboral de los colaboradores después de la aplicación del Programa de Comunicación Interna en el grupo experimental a diferencia del grupo control. Esto se explica por los cambios que mostró el grupo experimental que pasó de una categoría media (130 -169) y desfavorable (90-129) a una categoría favorable con un puntaje que va desde (170 a 209), mientras que el grupo control se mantuvo en los puntajes inicialmente alcanzados. Vale decir que los colaboradores del grupo experimental lograron asimilar el Programa de Comunicación Interna, mejorando la percepción que tienen del clima laboral lo cual también se corrobora con el avance que ha tenido este grupo en cada una de las sesiones en las que se observa una mejora constante, habiendo potencializado las habilidades de comunicación y habilitando canales de comunicación eficaces para que la comunicación fluya de manera correcta, lo que se traduce posteriormente en el resultado final del Clima Laboral. A diferencia del grupo control a quienes sólo se les evaluó el antes y el después, no presentan ningún tipo de modificación, siendo sus resultados constantes debido a que ellos no han sido influenciados por el presente Programa de Comunicación Interna y por lo que observamos tampoco han sido influenciados por otras variables extrañas que podrían haber en alguna medida mejorado su rendimiento respecto a la primera evaluación. Estos resultados son respaldados por las investigaciones Chávez y De La Cruz (2015) en su trabajo de investigación cuyo objetivo fue proponer un Plan de Comunicación Interna para fortalecer el Clima Organizacional de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Trabajo social y Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo, obteniendo como conclusión que al intervenir en la Comunicación en la misma medida que nuestro propio trabajo de investigación se influenció positivamente en la población de dicha investigación acerca de su percepción del Clima Organizacional. Habiendo mencionando los resultados los contrastamos con la presente investigación, que también arroja que existe una diferencia significativa. Esto también coincide con el trabajo de Guevara y Salazar (2016) quienes al aplicar un Plan de Mejora en la Comunicación Interna para optimizar la Cultura Organizacional de un Instituto, obteniendo como resultado que

la Comunicación Interna ha optimizado de manera positiva la Cultura del Instituto, sin embargo cabe mencionar que esto no está referido al Clima Laboral, no obstante es un indicativo interesante de que es factible modificar variables laborales a través de la aplicación de un Programa de Comunicación Interna. Como observamos finalmente podemos decir que la Comunicación Interna caracterizada por ser un indicador indispensable para una Organización con colaboradores más comprometidos, productivos y satisfechos, se plasma a través de cada una de las sesiones del Programa de Comunicación Interna (Ver Anexo N°08) por consiguiente resulta siendo un elemento importante para la mejora del Clima Laboral, pero también aparentemente según lo que podemos observar podría servir también para cambiar algunos otros aspectos de otras variables importantes de la Organización.

En el tercer objetivo se determina si existe diferencia significativa antes y después de la aplicación de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura, tenemos que los resultados se mantienen las mismas categorías, la categoría media y desfavorable en la que se encuentran los colaboradores reflejan que la percepción del clima laboral es deficiente, haciendo referencia que los colaboradores actualmente encuentran elementos dentro de su entorno que no benefician al buen desarrollo de sus actividades, que en muchos casos puede llegar a disminuir el nivel productivo de los mismos, esto siendo respaldado por Luna en el 2018 quién en un estudio que publicó, refiere que las Organizaciones pierden aproximadamente el 20% de la productividad de sus empleados al no gestionar o darle la importancia que merece el clima laboral dentro de sus empresas, además esto se encuentra altamente influenciado por la mala praxis de compromiso y comunicación que actualmente presenta la Organización, considerando el último como un factor influyente en la percepción del clima dentro de la Organización, ya que al no tener canales de comunicación adecuados, al no proporcionar información importante para la realización de actividades o al no poseer habilidades básicas de comunicación que nos permita entablar relaciones

laborales que fomente un buen clima laboral. Bajo lo anteriormente mencionado podemos analizar que no se evidenciaron efectos significativos en el grupo control puesto que ellos no fueron sometidos al programa. Llegando a la conclusión de que se debe intervenir en los factores claves que influyen en el clima laboral para poder crear ambientes saludables con colaboradores productivos.

En relación al cuarto objetivo relacionado a determinar la diferencia antes y después de la aplicación del Programa de Comunicación Interna en el grupo experimental, observamos una vez más una diferencia significativa es decir el Programa de Comunicación Interna influyó de manera positiva en los resultados de tal manera que estos mejoraron. El Programa de Comunicación Interna una vez más resulta siendo un elemento importante, valioso y significativo en la mejora de las variables organizacionales de una Distribuidora Comercial de Piura, esto nuevamente concuerda con Likert quien sostiene que las variables intermedias, como lo son la satisfacción, clima laboral, comunicación interpersonal, hacen a una Organización estable y productiva, que a nivel comunicacional se desarrolla de una manera lineal, utilizando los canales adecuados para comunicarse y sobre todo obtener la información sustancial que es necesaria para el buen desarrollo y desempeño de los colaboradores. Esto es respaldado también por Andrade en el 2010 quienes refieren que la Comunicación Organización es la base esencial de todas las Organizaciones, ya que con ella se puede llegar a conseguir resultados de manera más efectiva, facilitándoles la información que estos necesitan y sobre todo producir en los colaboradores una percepción beneficiosa en su ambiente laboral.

Finalmente tenemos que mencionar que si bien es cierto la muestra inicialmente intento ser un grupo mucho más amplio, esto no fue factible por motivos de políticas organizacionales, ya sea por horarios cruzados, carga de trabajo acumulado, etc. Sin embargo para esta investigación se cumplen los criterios de que la muestra finalmente seleccionada tiene las mismas características para evitar que variables extrañas influyan posteriormente en los resultados finales, en este sentido la investigación cumple lo mencionado 100%.

Cabe resaltar que si bien es cierto la influencia fue importante dentro de cada uno de los factores en los colaboradores, el factor de Autorrealización y Condiciones Laborales no se vio tan influenciado probablemente porque está muy ligado a políticas organizacionales. Es por eso que ha quedado demostrado mediante la presente investigación, que se pueden mejorar variables en las Organizaciones, poniendo en marcha planes o programas para incrementar el Clima Laboral y reducir indicadores de rotación, ausentismo o insatisfacción de nuestros propios colaboradores.

V. CONCLUSIONES

- La aplicación del Programa de Comunicación Interna si influye significativamente en el Clima Laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.
- No se evidencian cambios significativos en el Clima Laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura antes de la aplicación del Programa de Comunicación Interna tanto en el grupo control como experimental.
- Sí se evidenciaron cambios significativos en el Clima Laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial después de la aplicación de un Programa de Comunicación Interna en el grupo experimental a diferencia del grupo control.
- Se evidencia que sí existen diferencias significativas en el grupo experimental con respecto a la aplicación de antes y después del Programa de Comunicación Interna a comparación del grupo control en colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.
- No se evidencian cambios significativos antes y después de la aplicación de las pruebas en el grupo control, tomando en cuenta que a ellos no se les aplicó el programa.

VI. RECOMENDACIONES

- Seguir realizando estudios de mayor envergadura para reforzar los resultados encontrados en la presente investigación.
- Realizar capacitaciones a jefes, supervisores, líderes de las Organizaciones para hacerles partícipes de lo que se quiere conseguir en base a la comunicación interna.
- Insertar en las políticas organizaciones, una política de comunicación, donde cada colaborador reconozca los canales a usar, donde podamos potencializar habilidades para mantener una comunicación lineal que nos permitirá realizar nuestras funciones de manera correcta y sobre todo cuidando a nuestro personal.
- Diseñar un Programa de Comunicación Interna anual, para seguir reforzando esta variable y seguir incrementando el buen clima laboral de los colaboradores de la Organizaciones.

VII. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3. 1 Recursos y Presupuesto

3.1.1 Recursos Humanos

Interna de Psicología.....S/. 00.00

3.1.2 Recursos Materiales

Movilidad.....S/. 300.00

Material de escritorio.....S/. 150.00

Copias.....S/. 20.00

Impresiones.....S/. 30.00

TOTAL.....S/. 500.00

3.2 Financiamiento

La investigación será presupuestada en su totalidad por el autor.

3.3 Cronograma de Ejecución

ACTIVIDADES	MESES																											
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	SEMANAS																											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realización del Programa.				X	X																							
Correcciones del Programa.						X																						
Levantamiento de Correcciones.							X	X																				
Presentación final de Programa a realizar.									X																			
Visita a la empresa donde se realizará el Programa para hacerles de su conocimiento las actividades.									X																			
Coordinar fechas de aplicación y el personal.									X																			
Reunión previa con los colaboradores que participarán del Programa.										X																		
Se les aplicará el Pre Test y se les explicará en lo que consiste el consentimiento informado.										X																		

[illegible]

VIII. REFERENCIAS

- Aguilera, J. (24 de 09 de 2007). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estado-comunicacion-interna-empresas-latinoamericanas/>
- Armas Sandoval, J. G. (2014). *Comunicación interna y Clima laboral*. Guatemala.
- Ascendo. (2013 - 2014). *Clima Laboral en Latinoamérica* .
- Contreras, H. (2006). *Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional*.
- Díaz Escarante, P. (26 de 04 de 2017). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/empresas-peruanas-pierden-30-empleados-anualmente-133824>
- Fernandez Collado, C. (1991). *La comunicación en las Organizaciones*.
- Gallardo, P. (2013). *Grandes Pymes*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2013/05/18/los-5-axiomas-de-la-comunicacion-de-paul-watzlawick/>
- Goldhaber M, G. (1984). *Comunicación Organizacional*.
- Guevara Delgado, Y., & Salazar Gonzales, J. (2016). *Aplicación de un plan de mejora de la comunicación interna para optimizar la cultura organizaconal del centro de inspección técnica vehicular*. Trujillo.
- Hay Group. (s.f.). *Korn Ferry, HayGroup*. Obtenido de <http://www.haygroup.com/pe/services/index.aspx?id=7634>
- Lomonosov, B. (1989). *El problema de la comunicación en Psicología*. La Habana: Ciencias Sociales.
- Miranda Cubas, F., & Pastor Nanfuñay, P. (2015). *Comunicación Organizacional y Clima Social en los trabajadores de una Municipalidad de Lambayeque*. Lambayeque - Perú .6
- Orellana Méndez, G., & Bossio Suárez, S. (2015). *Comunicación organizacional en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del centro del Perú*. Lima - Perú .
- Palma Carrillo, S. (2004). *Escala de Clima Laboral CL - SPC Manual*. Lima - Perú.
- Panta Aguilar, E. D. (2015). *Influencia del Clima organizacional en la satisfacción laboral de los trabajadores de la municipalidad de Sullana* . Sullana .
- Quispe Vargas, E. (2015). *Clima Organizacional y desempeño laboral en la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas*. Apurímac.

Revista Gestión. (05 de 09 de 2014). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/comunicacion-interna-desarrollado-region-culpa-empresas-comunicadores-70649>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. México .

Tamayo Tamayo, M. (2004). *Proceso de la Investigación Científica*. México.

Tapia, A. A. (2011). *El Proyecto de Investigación*.

Umaña Cisneros, A. (2015). *Comunicación interna y Satisfacción laboral*. Guatemala.

Velasco, M. d., & Nosnik, A. (1998). *Comunicación en las organizaciones*. México.

ANEXOS

ANEXO N° 01**CUESTIONARIO DE CLIMA LABORAL CL-SPC****DATOS PERSONALES**

Fecha: _____

Edad: _____

Sexo: Masculino ☐Femenino ☐Jerarquía Laboral: Directivo ☐Empleado ☐Operario ☐Empresa: Estatal ☐Privada ☐Producción ☐Servicio ☐

A continuación encontrará proposiciones sobre aspectos relacionados con las características del ambiente de trabajo que usted frecuenta. Cada una tiene cinco opciones para responder de acuerdo a lo que describa mejor su ambiente laboral. Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) sólo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las proposiciones. No hay respuestas buenas ni malas.

Nº	Ítems	Ninguno o Nunca	Poco	Regular o Algo	Mucho	Todo o siempre
1	Existen oportunidades de progresar en la institución.					
2	Se siente comprometido con el éxito en la organización.					
3	El supervisor brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan.					
4	Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo.					
5	Los compañeros de trabajo cooperan entre sí.					
6	El jefe se interesa por el éxito de sus empleados.					
7	Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo.					
8	En la organización, se mejoran continuamente los métodos de trabajo.					
9	En mi oficina, la información fluye adecuadamente.					
10	Los objetivos del trabajo son retadores.					

11	Se participan en definir los objetivos y las acciones para lograrlo,					
12	Cada empleado se considera factor clave para el éxito de la organización.					
13	La evaluación que se hace del trabajo ayuda a mejorar la tarea.					
14	En los grupos de trabajo, existe una relación armoniosa.					
15	Los trabajadores tienen la oportunidad de tomar decisiones en tareas de su responsabilidad.					
16	Se valora los altos niveles de desempeño.					
17	Los trabajadores están comprometidos con la organización.					
18	Se recibe la preparación necesaria para realizar el trabajo.					
19	Existen suficientes canales de comunicación.					
20	El grupo con el que trabajo, funciona como un equipo bien integrado.					
21	Los supervisores expresan reconocimientos por los logros.					
22	En la oficina, se hacen mejor las cosas cada día					
23	Las responsabilidades del puesto están claramente definidas.					
24	Es posible la interacción con personas de mayor jerarquía.					
25	Se cuenta con la oportunidad de realizar el trabajo lo mejor que se pueda.					
26	Las actividades en las que se trabaja permiten aprender y desarrollarse.					
27	Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, permite el desarrollo personal.					
28	Se dispone de un sistema para el seguimiento y control de las actividades.					
29	En la institución, se afrontan y superar los obstáculos.					
30	Existe buena administración de los recursos.					
31	Los jefes promueven la capacitación que se necesita.					

32	Cumplir con las actividades laborales es una tarea estimulante.					
33	Existen normas y procedimientos como guías de trabajo.					
34	La institución fomenta y promueve la comunicación interna.					
35	La remuneración es atractiva en comparación con la de otras organizaciones.					
36	La empresa promueve el desarrollo del personal.					
37	Los productos y/o servicios de la organización, son motivo de orgullo del personal.					
38	Los objetivos del trabajo están claramente definidos.					
39	El supervisor escucha los planteamientos que se le hacen.					
40	Los objetivos de trabajo guardan relación con la visión de la institución.					
41	Se promueve la generación de ideas creativas o innovadoras.					
42	Hay clara definición de visión, misión y valores en la institución.					
43	El trabajo se realiza en función a métodos o planes establecidos.					
44	Existe colaboración entre el personal de las diversas oficinas.					
45	Se dispone de tecnología que facilita el trabajo.					
46	Se reconoce los logros en el trabajo.					
47	La organización es una buena opción para alcanzar calidad de vida laboral.					
48	Existe un trato justo en la empresa.					
49	Se conocen los avances de otras áreas de la organización.					
50	La remuneración está de acuerdo al desempeño y los logros.					

ANEXO N° 02

CONSENTIMIENTO INFORMADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

FECHA:

Yo.....

... Con documento de identidad N°

.....

Certifico que he sido informado (a) con claridad y veracidad sobre la investigación “EFECTOS DE UN PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL CLIMA LABORAL DE LOS COLABORADORES DE UNA DISTRIBUIDORA COMERCIAL DE PIURA”, que será realizado por la Interna de Psicología Anais Mendoza Córdova y para el cual he sido invitado a participar, que actúo consecuentemente libre y voluntariamente como parte de esta investigación, contribuyendo en la evaluación que se efectuará de manera activa. Soy conocedor (a) dela autonomía suficiente que poseo para retirarme u oponerme al proceso evaluativo, cuando lo estime conveniente y sin necesidad de justificación alguna y que no habrá ningún tipo de consecuencia como parte de esa decisión.

Que se respetará la buena fe, la confidencialidad e intimidad de la información por mi suministrada, lo mismo que mi seguridad física y psicológica.

ANEXO N° 03

Tabla 1
Adecuación para análisis factorial de la Escala CL-SPC

Indicadores	Coeficientes
Medida de adecuación Kaiser-Meyer	,980
Test de Esfericidad de Barlett	44751,69
Nivel de significación	,000

Fuente: Palma (2004)

ANEXO N° 04

Tabla 2
Factor de extracción de la Escala CL-SPC

Ítems	Extracción
1	,626
2	,558
3	,515
4	,529
5	,536
6	,497
7	,390
8	,535
9	,454
10	,440
11	,485
12	,490
13	,532
14	,583
15	,424
16	,615
17	,524
18	,561
19	,539
20	,592
21	,541
22	,455
23	,530
24	,537
25	,591
26	,494
27	,621
28	,527
29	,511
30	,512
31	,536
32	,591
33	,599
34	,564
35	,540
36	,642

37	,616
38	,673
39	,478
40	,542
41	,587
42	,484
43	,674
44	,579
45	,404
46	,634
47	,553
48	,569
49	,562
50	,572

Fuente: Palma (2004)

Tabla 3
Comunalidades de la Escala CL-
SPC

Total	% Varianza	% Acumulado
20,929	41,858	41,858
1,841	3,682	45,540
1,668	3,337	48,876
1,452	2,905	51,781
1,154	2,308	54,090

Fuente: Palma (2004)

ANEXO N° 05

Tabla 4

Análisis de componentes de la Escala CL-SPC (Rotación Varimax)

Ítem	Componentes				
	1	2	3	4	5
1	,625	,325		,336	
2		,563		,426	
3				,557	
4			,307	,612	
5				,597	,402
6	,408			,332	
7		,383			
8	,342		,378	,408	
9			,329	,479	
10		,383		,490	
11	,436		,342		
12		,581			
13	,308	,450	,416		
14				,382	,639
15	,305			,450	
16	,540				,347
17		,614			
18	,410		,478	,346	
19	,329				,498
20				,606	,407
21	,488				,408
22		,509			
23			,590		
24					,567
25		,322		,493	
26	,413	,399			
27	,316	,624			
28			,630		
29		,389			,455
30	,373		,409	,361	
31	,505		,416		
32		,705			
33			,687		
34	,367		,311		,478
35	,687				
36	,637	,301			
37		,665			
38		,420	,640		
39	,329				,435
40		,446	,487		
41	,402	,332			,498
42			,500	,338	
43		,451	,645		
44	,312				,612
45	,405		,352		
46	,586	,388			,314
47	,412	,585			
48	,563				,312
49	,450		,315		,419
50	,681				

Tabla 5
Correlaciones por factores de la Escala CL-SPC
(Spearman Brown)

FACTORES	Área I Realización Personal	Área II Involucramiento Laboral	Área III Supervisión	Área IV Comunicación	Área V Condiciones Laborales	Puntaje Total
Área I Realización Personal	1,00	,630**	,671**	,686**	,700**	,755**
Área II Involucramiento Laboral	---	1,00	,779**	,764**	,783**	,889**
Área III Supervisión	---	---	1,00	,803**	,826**	,921**
Área IV Comunicación	---	---	---	1,00	,839**	,921**
Área V Condiciones Laborales	---	---	---	---	1,00	,926**

Fuente: Palma (2004)

ANEXO N° 06

Tabla 6
Análisis de Confiabilidad

Método de Análisis	Escala DO-SPC
Alfa de Cronbach	,97
Split Half de Guttman	,90

Fuente: Palma (2004)

ANEXO N° 07

Tabla 7
Normas Percentilares Generales de la
Escala CL-SPC

Percentiles	Área I Realización Personal	Área II Involucramiento Laboral	Área III Supervisión	Área IV Comunicación	Área V Condiciones Laborales	Puntaje Total	Percentiles
99	45	49	49	47	46	231	99
95	41	45	45	44	42	215	95
90	39	43	43	42	40	205	90
85	38	41	41	40	39	197	85
80	38	40	40	39	38	193	80
75	37	40	39	38	37	189	75
70	36	38	38	37	36	185	70
65	35	38	37	36	35	181	65
60	34	37	36	35	35	178	60
55	33	36	35	35	34	173	55
50	32	35	34	34	33	168	50
45	31	34	33	33	32	164	45
40	30	33	32	32	31	159	40
35	30	32	31	31	31	154	35
30	28	31	30	30	30	149	30
25	27	30	29	29	29	144	25
20	26	29	28	27	27	138	20
15	25	28	26	26	26	131	15
10	23	26	24	25	24	124	10
5	21	23	21	22	22	112	5
L	16	17	16	17	18	92	1
N	1323	1323	1323	1323	1323	1323	n
Media	31,68	34,69	33,63	33,28	32,80	166,07	Media
D.S.	6,45	6,65	7,01	6,54	6,11	31,28	D.S.

Tabla 8
Normas Percentilares según Sexo de la Escala CL-SPC

Pc	Área I Realización Personal		Área II Involucramiento Laboral		Área III Supervisión		Área IV Comunicación		Área V Condiciones Laborales		Puntaje Total		Pc
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
99	45	44	49	48	48	47	48	47	47	46	236	224	99
95	42	41	46	44	45	44	44	43	43	42	218	210	95
90	40	39	44	42	43	42	43	41	41	40	211	201	90
85	39	38	43	41	42	40	41	39	40	39	202	195	85
80	38	37	41	40	41	39	40	38	39	37	196	191	80
75	37	36	40	39	39	38	38	37	38	37	192	187	75
70	36	35	39	38	38	37	38	36	37	36	187	183	70
65	35	34	38	37	37	36	37	36	36	35	183	179	65
60	34	34	37	37	36	36	36	35	35	34	180	175	60
55	33	33	36	36	35	35	35	34	35	34	175	172	55
50	32	32	36	35	34	34	34	33	34	33	172	166	50
45	32	31	35	34	33	33	33	32	33	32	167	162	45
40	31	30	34	33	32	32	32	32	32	31	163	157	40
35	30	29	33	32	31	31	31	31	31	30	158	152	35
30	29	28	32	31	30	30	30	30	30	29	152	147	30
25	28	27	31	30	29	28	30	29	29	28	146	142	25
20	27	25	30	29	28	28	28	27	28	27	140	137	20
15	25	24	28	27	26	26	26	26	27	26	132	130	15
10	24	22	26	26	24	24	25	24	25	24	124	125	10
5	21	20	24	23	21	21	22	22	23	22	114	110	5
1	17	15	17	17	16	16	18	17	19	17	89	94	1
N	582	741	582	741	582	741	582	741	582	741	582	741	n
Media	32,15	31,30	35,22	34,27	33,99	33,34	33,79	32,89	33,43	32,31	169	164	Media
D.S	6,23	6,60	6,90	6,42	7,30	6,75	6,71	6,37	6,18	6,01	32,13	30,37	D.S.

(Palma Carrillo, 2004)

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTERNA

“COMUNICACIÓN, AL ALCANCE DE TODOS”

I. DATOS GENERALES

- Institución : Distribuidora Comercial
Álvarez Bohl S.R.L
- Dirigido a : Colaboradores de la Organización
- N° participantes aprox. : 14 Personas
- Tiempo por sesión : 50 minutos.
- Responsable : P. PS Anaís Mendoza Córdova

II. FUNDAMENTACIÓN

La intención de realizar este programa nace a raíz de la problemática que cada día se evidencia en las Organizaciones durante el proceso que conocemos como Clima Laboral, estando involucrado varios factores que son claves en el correcto desarrollo del mismo, como lo es en este caso la Comunicación Interna. Se ha podido observar actualmente dentro del contexto de las Organizaciones que los colaboradores crean malas relaciones de trabajo, crean conflictos y/o ambientes hostiles que nos les permite desarrollar de manera correcta su trabajo y esto debido en muchas ocasiones a que no encontramos la manera correcta de comunicarnos, de expresar nuestras ideas o de simplemente saber escuchar.

En este programa se trabajará en base a técnicas de Endomarketing, que abrirán paso a que los colaboradores creen y conozcan el rol importante que cumple la comunicación interna en su buen desarrollo laboral.

Por lo tanto, este programa enfocado en técnicas de Endomarketing aplicadas en la Comunicación Interna pretende conocer qué efectos

tiene sobre el Clima Laboral de los colaboradores de una Distribuidora Comercial de Piura.

III. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- ψ Implementar un programa de comunicación interna que apoye y desarrolle un mejor clima laboral dentro de la organización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ψ Entrenar a los colaboradores en habilidades comunicativas, incorporándoles herramientas para que puedan llevar a cabo una adecuada comunicación.
- ψ Optimizar el uso de los medios de comunicación interna, para que la información llegue por igual a todo el personal que se encuentre dentro y fuera de la Institución.
- ψ Fortalecer por medio de la ejecución de actividades, la confianza de los colaboradores de la Organización lo que estimulará una adecuada fluidez comunicacional

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTERNA: “COMUNICACIÓN, AL ALCANCE DE TODOS”

El programa empezará con la difusión de una Invitación creando expectativa en los colaboradores acerca del programa en el que participarán, invitándolos a participar y ser parte del mismo.

OBJETIVO: Entrenar a los colaboradores en habilidades comunicativas, incorporándoles herramientas para que puedan llevar a cabo una adecuada comunicación.

1ERA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
1° RECORDAMOS EL PROCESO DE COMUNICACIÓN	Bienvenida	Se empezará la actividad, dándole la Bienvenida a los colaboradores que participarán a lo largo de las sesiones, indicándoles los datos generales del programa y el cronograma del mismo.	-Dar a conocer los objetivos a desarrollar del Programa.		5 min	
	Dinámica de Inicio	Se proseguirá la actividad con la dinámica seleccionada: “Suená igual” que consiste en tener una lista de refranes conocidos (Anexo 1), posteriormente se armarán tarjetas y se dividirán los refranes por fragmentos en distintas cartulinas. Se repartirán las	-Propiciar un ambiente de confianza con todos los colaboradores participantes.	-Cartulinas -Plumones -Música de fondo	10 min	-Determinar la cantidad de colaboradores, para que ninguno se quede sin pareja.

		<p>tarjetas entre los asistentes y se les pedirá que busquen a la persona que tiene la otra parte del refrán; de esta manera, se van formando las parejas que completen el refrán. Después formarán un círculo con todos los participantes por parejas según el inicio y el final de los refranes, ya formado el círculo el moderador deberá dar la indicación de que después de leer cada fragmento del refrán, se le agregará al primer fragmento del refrán las palabras “por delante” y al segundo fragmento “por atrás”. Por ejemplo:</p> <p>Quien mucho abarca (primer participante), poco aprieta (segundo participante)</p> <p>Primer fragmento seria: quien mucho abarca por delante</p> <p>Segundo fragmento seria: poco aprieta</p>				
--	--	--	--	--	--	--

		<p>por atrás</p> <p>La finalidad de la dinámica es que en todo momento los mensajes que se transmiten deben ser tal cual, deben ser dados sin más ni menos, deben ser completos e íntegros ya que su alteración puede ocasionar mal entendido.</p>				
	<p>Construcción del Conocimiento</p>	<p>Se proseguirá la sesión haciendo una lluvia de ideas acerca de la comunicación, dando apertura a que los colaboradores puedan expresar sus opiniones después de la dinámica.</p> <p>La guía les recordará algunos conceptos de comunicación, cuáles son los tipos (verbal, no verbal) y los elementos que encontramos en el proceso comunicativo. Para reforzar el conocimiento se les entregará unos sobres a los colaboradores con</p>	<p>-Involucrar a todos los participantes en la actividad validando sus opiniones.</p>	<p>-Sobres -Cartulinas</p>	<p>15 min</p>	<p>-Identificar a los colaboradores que se les haga complicado verbalizar sus opiniones, alentándolos y dándoles ejemplos para que puedan realizarlo.</p>

		ejemplos de comunicación verbal y no verbal y ellos deberán diferenciarlos.				
	Retro alimentación	Luego de haber profundizado en la Comunicación junto con los colaboradores, se tendrá una cartulina preparada con la frase: “ ¿Cómo nos estamos comunicando? ”, tomando como punto de partida la dinámica antes realizada y se les dará un post - it a cada colaborador, ellos tendrán un tiempo de 3 min para escribir, después leerán su post - it y lo pegarán en la cartulina, La guía hará énfasis en que reconozcan si se comunican de manera correcta o no.	-Reflexionar acerca de la forma en la que actualmente se están comunicando.	-Cartulina -Post – it -Plumones	10 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Reconoce los tipos de comunicación que influyen en las relaciones con los compañeros.ψ Reflexiona acerca de cómo actualmente se encuentran llevando el proceso de comunicación con sus compañeros.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

2DA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
2° ¿CÓMO NOS COMUNI CARÍAM OS MEJOR?	Dinámica de Inicio	<p>Se abrirá la sesión leyéndoles a los colaboradores el título de la misma y se les pedirá sus opiniones para poder fomentar una lluvia de ideas. La guía hará énfasis en que también existen formas de comunicación no verbales que implican una mejor comunicación.</p> <p>Se les presentará unas láminas (Anexo 2) de comunicación no verbal, para poder identificar características personales que indican apertura en la comunicación. Lo que se pretende generar es que los colaboradores reconozcan que a través del lenguaje corporal también podemos comunicarnos.</p>	-Reconocer características personales que nos ayuden a comunicarnos mejor.	-Música de fondo -Láminas	10 min	-Determinar la cantidad de colaboradores, para que ninguno se quede sin pareja.

	Construcción del Conocimiento	<p>Se proseguirá la sesión con un ejercicio denominado: “Encuadrando la información” que consistirá en elegir a 4 voluntarios, uno de ellos deberá decirle a su pareja: “Lo que no me gusta de ti, es que eres demasiado tímido” mientras su pareja no responderá.</p> <p>El siguiente voluntario le dirá a su pareja: “Me molesta que seas tan desordenada”</p> <p>Se les preguntará a las parejas cómo se sintieron al escuchar eso de sus compañeros.</p> <p>La guía hará énfasis en que los colaboradores reconozcan que existe una forma diferente de transmitir la información. Posteriormente se les pedirá a los mismos voluntarios y ahora ellos deberán decir: “Me gustaría que</p>	<p>-Reflexionar acerca de la forma en la que podríamos comunicarnos mejor con los compañeros.</p>	-	15 min	

		<p>fueran más extrovertidos”, “Me gustaría que llevarás un orden de tus cosas”</p> <p>También se les preguntará a las parejas cómo se sintieron ahora con el cambio que se dio. Haciendo énfasis en cómo esto influye en la forma en la que nos comunicamos a diario con nuestros compañeros.</p>				
	<p>Retro alimentación</p>	<p>Para finalizar esta sesión se tendrá preparada la frase ¿Cómo nos comunicaríamos mejor? Se entregará post – it y los colaboradores tendrán 3 minutos para escribir cómo ellos se comunicarían mejor.</p> <p>Cada colaborador leerá su post - it y se hará una retroalimentación con las opiniones de los mismos, haciendo énfasis en que cada post – it es un símbolo de compromiso a querer buscar un camino mejor de comunicación.</p>	<p>-Reforzar el uso de los recursos de cada colaborador para que sean utilizados en sus procesos de comunicación.</p>	<p>-Música de fondo.</p>	<p>10 min</p>	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Interiorizar ejercicios de comunicación en nuestra vida diaria.ψ Identificar comunicación no verbal que ayuda o perjudica nuestro proceso de comunicación.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

3ERA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
3° ¿POR QUÉ EXISTEN CONFLICTOS EN LA COMUNICACIÓN ?	Dinámica de Inicio	Para empezar la siguiente sesión, se hará uso de un rol play. Pediremos a dos colaboradores voluntarios para que puedan mantener una conversación, mientras tanto al primer colaborador se le pedirá que repita posiciones que el facilitador le enseñará (Anexo 3) mientras el segundo colaborador mantiene la conversación acerca de “¿Qué hizo el fin de semana?”. Al finalizar el rol play, se le preguntará al colaborador que habló sobre su fin de semana, ¿cómo se sintió al ver la posición en la que se encontraba su compañero?, propiciando una lluvia de ideas.	-Identificar las barreras de comunicación no verbales con los que convivimos día a día.	-	15 min	

		El facilitador dará énfasis en las barreras de comunicación no verbales que podemos encontrar en nuestras comunicaciones diarias.				
	Construcción del Conocimiento	Se proseguirá la sesión explicando que también tenemos otro tipo de barreras (Físicas, Personales, Ambientales, etc) y como se relacionan directamente con los conflictos que se dan dentro de la Organización. Después de la explicación, se les dará a elegir a los participantes un sobre, con los tipos de barreras que existen, y ellos deberán dar un ejemplo real de cómo esta barrera crea conflictos dentro de la misma Organización.	-Identificar los otros tipos de barreras que pueden influir en el proceso de comunicación.	-Diapositivas -Sobres -Cartulinas	15 min	
	Retroalimentación	Finalmente se cerrará la sesión con un Cuestionario de evaluación de nuestras barreras de comunicación (Anexo 4), ellos deberán responder los enunciados	-Reflexionar acerca de las barreras que se encuentran al	-Música de fondo	15 min	

		y posteriormente hacer una lluvia de ideas acerca de cómo mejorar su proceso de comunicación con los demás.	comunicarse.			
--	--	---	--------------	--	--	--

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Reconocer las barreras de comunicación que encontramos en nuestros procesos de comunicación.ψ Reflexionar acerca de las barreras que los colaboradores han encontrado cuando se comunican a diario con sus compañeros.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

4TA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
4° ¿QUÉ HERRAMIENTAS ENCUENTRO PARA COMUNICARME MEJOR?	Dinámica de Inicio	<p>Para empezar la sesión, se empezará con la dinámica denominada “El Autobús”</p> <p>Se empezará pidiendo a los colaboradores que escuchen con atención la historia que a continuación se contará, porque al finalizar tendrán que responder a una pregunta.</p> <p>La historia es la siguiente: «Imagina que conduces un autobús. Inicialmente el autobús va vacío. En la primera parada suben cinco personas. En la siguiente parada tres personas se bajan del autobús y dos suben. Más adelante, suben diez personas y bajan cuatro. Finalmente, en la última parada bajan otros cinco pasajeros.»</p>	-Reconocer la importancia que tiene la escucha activa dentro del proceso de la Comunicación.		10 min	

		<p>La pregunta es: ¿Qué número de calzado utiliza el conductor del autobús?</p> <p>Lo esperado es que los colaboradores digan que es imposible conocer la respuesta, para esto se repetirá de nuevo el enunciado, tantas veces como sea necesario hasta que den con la respuesta, a la que sólo llegarán si escuchan atentamente el enunciado.</p> <p>Después de la dinámica, se hará énfasis en el rol importante que cumple la escucha activa para nuestros procesos de comunicación.</p>				
	Construcción del Conocimiento	<p>Se proseguirá la sesión, explicando a los colaboradores que existen herramientas de comunicación no verbal que nos ayudan a mantener una comunicación adecuada, cómo lo son: La expresión facial, la sonrisa, los</p>	<p>-Identificar el significado de cada herramienta de comunicación y como estas influyen en los</p>	<p>-Sobres -Cartulina</p>	15 min	

		<p>gestos, la postura, actitudes, emociones y el acompañamiento del habla. (Anexo 5) El guía propiciará una lluvia de ideas y hará énfasis en la que forma influyen estas herramientas en nuestra vida diaria y como poniéndolas en prácticas mejoraríamos en nuestra comunicación. Seguidamente para consolidar la información se realizará un rol play, se pedirán 2 voluntarios, ellos deberán mantener una conversación: “¿Qué lugares les gustaría visitar?” mientras los demás cumplirán la función de observadores. Al final de la conversación, se reflexionara junto con los observadores, que características no verbales encontraron en los colaboradores voluntarios ya sea como barrera de comunicación o apertura de la misma.</p>	colaboradores.			
--	--	--	----------------	--	--	--

	Retro alimentación	Se finalizará la sesión con una auto evaluación denominada: “Tienes la oportunidad de ser un mejor conversador” (Anexo 6) que permitirá que el identifique las características que debe mejorar para poder entablar un proceso de comunicación que ayudará en el clima laboral con sus compañeros.	-Interiorizar las herramientas expuestas para que sean parte del día a día de los colaboradores.	-Lapiceros	15min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Reconoce la comunicación no verbal que perjudica el proceso comunicativo.ψ Identifica pasos que debe seguir para mejorar el proceso de comunicación que mantienen con sus compañeros.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

OBJETIVO: Optimizar el uso de los medios de comunicación interna, para que la información llegue por igual a todo el personal que se encuentre dentro y fuera de la Institución

5TA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
5° IMPLEM ENTAND O NUESTRO BUZÓN DE SUGERENCIAS	Dinámica de Inicio	Se presentará un video denominado “Te presentamos nuestro Buzón de Sugerencias” explicándoles a los colaboradores que a partir de ahora contaremos con un Buzón, que se encontrará dentro del área de trabajo, cómo deben utilizarlo y para que nos servirá.	Motivar a los colaboradores a usar el Buzón de Sugerencias como canal comunicativo.	-Proyector -Laptop -Parlantes	10min	Coordinar previamente la asistencia de todos los colaboradores.
	Construcción del Conocimiento	Después de saber que los colaboradores tendrán a su disposición un Buzón, en una Pizarra de corcho, se preparará la frase: ¿Por qué es importante contar con un buzón de sugerencias? Cada colaborador tendrá un post – it y tendrán 2 minutos para	-Reconocer las ventajas que trae consigo el usar el Buzón de Sugerencias.	-Pizarra de corcho -Post – it -Plumones	15 min	

		escribir sus opiniones. La guía hará énfasis en el buen uso del Buzón y las ventajas que conlleva usarlo como un medio de comunicación efectiva.				
	Retro alimentación	Se promocionará el Buzón de sugerencias, a través del correo corporativo, además de una publicación en el periódico mural del área para que a partir de ahora sea un medio de comunicación.	-Potencializar el uso del Buzón.	-Correo Corporativo -Cartulinas		-Verificar el acceso a los correos corporativos de todos los colaboradores.

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Reconoce un medio de comunicación efectivo dentro de la Organización.ψ Identificar la importancia de contar con un Buzón de Sugerencias dentro del área.ψ Recoger las sugerencias emitidas por los colaboradores y realizar un FeedBack con los demás para generar alternativas de solución.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

6TA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
6° PROMO VIENDO EL USO DE REDES SOCIAL ES INTERN AS.	Dinámica de Inicio	Para esta sesión se enviará unos días antes un Boletín informativo para crear expectativa en los colaboradores. Se reunirán a los colaboradores formando un círculo, y se empezará con la pregunta “¿Usamos la red social interna de nuestra Organización?” Se generará una lluvia de ideas y la guía hará énfasis en la importancia que tiene utilizar la red social.	Reflexionar sobre el actual uso que se le da a la Red Social interna.		10 min	
	Construcción del Conocimiento	Se proseguirá la sesión, pidiéndole a cada uno de los colaboradores que a través de su teléfono, ingrese a la página de Red Social de la Organización, mientras que la guía proyecta la página. Se les invitará a agregar a los colaboradores que aún no		-Proyector -Laptop	15 min	

		pertenecen al grupo, creando así una interacción vivencial del uso de la Red Social de la Organización, haciendo comentarios de los últimos post, etiquetando a sus compañeros para que conozcan la información, etc.				
	Retro alimentación	Finalmente tendremos un cuadro selfie, el cuál utilizaremos para que los colaboradores escriban en un post –it cómo aportarían a darle un mejor uso a la red social con la que cuenta la Organización, luego de ello se immortalizará la sesión con una fotografía que será publicada en la Red Social.	Generar compromiso con los colaboradores hacia el uso de la Red Social.	-Cuadro Selffie -Post – it -Plumones	15 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Ejecutar actividades que permitan conocer la Red Social de la Organización.ψ Reconocer la importancia que tiene el buen uso de la Red Social como medio de comunicación entre colaboradores y la Organización.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

7MA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
7° PROMO VIENDO EL USO DEL CORREO CORPORATIVO.	Dinámica de Inicio	Se empezará la sesión con la siguiente pregunta: ¿Es importante utilizar el correo corporativo? ¿Por qué? Se recogerán las ideas de los colaboradores y se harán énfasis en las ventajas que encontramos al utilizar el Correo Corporativo dentro de la Organización.	-Reconocer la importancia del correo corporativo como medio de comunicación interna.		10 min	
	Construcción del Conocimiento	Se les explicará a los colaboradores que quincenalmente participarán de una dinámica denominado “Trivia” que se realizará con ayuda de su correo corporativo. Que consistirá en enviarles información precisa dos veces a la semana a sus correos, y el último día de la semana, se lanzará una pregunta relacionada a la información brindada,	-Potencializar el uso del correo corporativo a través de actividades lúdicas.	-Correo Corporativo	10 min'	

		ellos deberán brindar la respuesta lo más rápido que se les haga posible. Se felicitará vía correo a la persona que contestó primero a la pregunta, animando a los demás a seguir participando.				
	Retro alimentación	Se promocionará la dinámica a través del correo corporativo, resolviendo dudas en caso hayan quedado y promoviendo el uso del mismo.	-Motivar a los colaboradores a participar de la actividad.	-Correo Corporativo		-Incentivar a los colaboradores que sigan participando.

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Reconocer al Correo Corporativo como un canal de comunicación efectiva entre los colaboradores.ψ Ejecutar actividades que nos permitan hacer uso del Correo Corporativo dentro de la Organización.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

8AVA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
8° BOLETÍN MENSUA L	Dinámica de Inicio	Empezaremos la sesión mostrando un vídeo denominado “Importancia de un Boletín en tu empresa” donde reconocerán los diferentes beneficios que trae consigo emitir información precisa para el colaborador, además de explicarles que a partir de ahora contaremos con un Boletín quincenal a su disposición.	Informar a los colaboradores acerca del medio de comunicación que se empezará a utilizar.	-Proyector -Laptop -Parlante	15 min	
	Construcción del Conocimiento	Se emitirá a través del correo un boletín mensual con información relevante para evitar rumores de los pasillos, para comunicar eventos importantes, etc de la Organización.	Evitar los rumores que crean conflictos entre los colaboradores al brindarles información importante.	-Correo Corporativo.		

	Retro alimentación	Se realizará la activación del Boletín, a través de comunicados en el Correo Corporativo, informando que contarán con un Boletín dentro de la Organización, donde encontrarán información importante y relevante para la misma.	Motivar a los colaboradores a leer el Boletín y a realizar sugerencias para tener una mejor efectividad en los mensajes.	-Correo Corporativo.		Se hará énfasis en enviar el comunicado del Boletín al personal que no asistió.

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">ψ Identificar un medio de comunicación eficaz dentro de la Organización.ψ Reconoce las ventajas que trae contar con un Boletín Mensual.ψ Reconoce el Boletín como una forma de poder interactuar entre la Organización y compañeros.
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

OBJETIVO: Fortalecer por medio de la ejecución de actividades, la confianza de los colaboradores de la Organización lo que estimulará una adecuada fluidez comunicacional.

9NA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
9° ELABORACIÓN DE MENSAJES CLAVE	Dinámica de Inicio	La frase lema del Programa “COMUNICACIÓN, AL ALCANCE DE TODOS” que será presentada en la Bienvenida a los colaboradores.	Posicionar la frase del programa.	-Cartulina -Plumones	10 min	
	Construcción del Conocimiento	Los mensajes claves serán presentados en las sesiones por objetivos, es decir si un Objetivo tiene 4 sesiones, el objetivo se repetirá en las 4 sesiones. Frase Clave – Objetivo 1: “Juntos buscamos una nueva forma de comunicarnos” Frase Clave – Objetivo 2: “Somos mejores, cuando nos comunicamos mejor ”	Desarrollar en los colaboradores la identificación con el mensaje propuesto.	-Diapositivas	10 min	

		Frase Clave – Objetivo 3: “Creando relaciones, creamos confianza”				
	Retro alimentación	Los mensajes se difundirán durante las sesiones, según el objetivo propuesto, además del correo corporativo, para que los colaboradores puedan interiorizarlo.	Fortalecer el conocimiento adquirido.	-Correo Corporativo	10 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	ψ Interiorizar los mensajes claves que nos acompañarán todas las sesiones.
ACTITUD	ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.
	ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.

10MA SESIÓN

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	OBSERVACIONES
10° CREAND O ESPACI OS DE EXPRESI ÓN.	Dinámica de Inicio	Se empezará la actividad, emitiendo un boletín a través del correo corporativo, informando que tendremos un encuentro aprovechando el reconocimiento del colaborador del mes.	-Crear expectativa en los colaboradores para el encuentro.	-Correo Corporativo	10 min	
	Construcción del Conocimiento	Anteriormente se realizará un cronograma con los temas que se tocará en dichos encuentros. (Anexo 7) Con motivo del reconocimiento, se creará un momento de conversación con los colaboradores, compartiendo ideas y sobre todo resolviendo dudas que podemos encontrar en el Buzón de Sugerencias.	-Generar un clima de confianza entre los mismos, para que puedan resolver dudas etc.	-Música de Fondo	20 min	
	Retroalimentación	Se realizará un FeedBack acerca de lo conversado, además de generar un compromiso por colaborador que será	-Motivar a los colaboradores a seguir asistiendo.		15 min	

		plasmado en una Pizarra preparada.				
--	--	------------------------------------	--	--	--	--

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO
CONOCIMIENTO	<p>ψ Generar una retro alimentación de las actividades desarrolladas.</p> <p>ψ Reflexionar acerca de cómo estamos llevando nuestro proceso de comunicación con el pasar de las sesiones.</p>
ACTITUD	<p>ψ Brinda opiniones de situaciones reales frente al grupo.</p> <p>ψ Escucha activamente a sus compañeros durante la sesión.</p>

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Según Ascendo en una encuesta de Clima Laboral que realizó a Países de Latinoamérica durante el periodo 2013 y 2014, pudo encontrar que los 3 Países con mejor clima laboral, se encuentran, República Dominicana, Colombia y Ecuador, los Países que se encontraron con tendencia a mejorar, son Brasil, México y Colombia, y por último los Países con peor clima laboral, encontramos a Chile, Uruguay y Perú. (Ascendo, 2013 - 2014)

En tal caso construir un clima adecuado es tarea de todos, el Catedrático Roberto Luna (2018) afirma que actualmente las organizaciones no le dan importancia a temas relacionados con el clima laboral, sin darse cuenta que ese factor afecta en aproximadamente un 20% de la productividad de las empresas.

Resumen de coincidencias

23 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

23	1	Entregado a Universida...	7 %	>
		Trabajo del estudiante		
	2	repositorio.upao.edu.pe	3 %	>
		Fuente de Internet		
	3	repositorio.uta.edu.ec	2 %	>
		Fuente de Internet		
	4	dspace.unitru.edu.pe	2 %	>
		Fuente de Internet		
	5	repositorio.ucv.edu.pe	2 %	>
		Fuente de Internet		
	6	repositorio.uncp.edu.pe	1 %	>
		Fuente de Internet		

Yo,

..... Oscar Manuel Vela Miranda
..... docente de la Facultad Humanidades y
Escuela Profesional Psicología de la Universidad César Vallejo Piura
(precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

" Efectos de un programa de Comunicación Interna en
el clima Laboral de los colaboradores de una
distribuidora comercial de Piura, 2018

del (de la) estudiante Mendoza Cordova Katherine del Pilar
..... constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23 %
verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha 13 de diciembre 2018

Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 78215051

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Mendoza Córdova Anaís del Pilar identificado con DNI N° 74280051
egresado de la Escuela Profesional de Psicología
de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y
comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
" Efectos de un programa de comunicación interna en el clima laboral de los colaboradores de
una distribuidora comercial de Piura 2018 en el Repositorio Institucional de la UCV
(<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley
sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

FIRMA

DNI: 74280051

FECHA: 22 de Diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Escuela Profesional de Psicología.

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Mendora Cortera Anais del Pilar

INFORME TITULADO:

Efectos de un programa de comunicación
intercultural en el clima laboral de los colaboradores
de una distribuidora comercial de piura

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

Licenciada en Psicología

SUSTENTADO EN FECHA:

29 de Diciembre del 2018

NOTA O MENCIÓN:

18 (Dieciocho)



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN